

# **GUÍA PARA EMPRENDEDORES COLOMBIANOS: OPORTUNIDADES FRENTE AL TLC CON ESTADOS UNIDOS**

**Richard Eduardo Ordosgoitia Mordecay – Cod: 201110020139**  
**Abraham David Ordosgoitia Amín – Cod: 201110018139**

## **Resumen**

Colombia inició la negociación del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos en el año 2006 y entró en vigencia en mayo de 2012. Este acuerdo ha generado un gran número de opiniones sobre su impacto en la economía y la sociedad colombiana, no obstante, existe un déficit en investigaciones técnicas, que presenten información completa y clara sobre las oportunidades y los retos que conlleva el TLC para los empresarios y nuevos emprendedores colombianos. Por esta razón, el objetivo del presente documento es realizar una guía empresarial sobre el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos; es decir, presentar una herramienta analítica que facilite de forma clara y exhaustiva, toda la información necesaria para aquellas personas que tengan por objetivo exportar sus productos al mercado estadounidense.

**Palabras Claves: Guía Empresarial, Tratado de Libre Comercio, Estados Unidos, Colombia, Exportaciones, Importaciones, Comercio Internacional, Acuerdos Bilaterales, Retos y Oportunidades para emprendedores.**

## **Abstract**

The negotiations of the Free Trade Agreement between Colombia and the United States of America began on 2006, and its entrance in force was on May of 2012. This agreement has generated a large number of opinions about its impact on Colombian economy and society. However, there is a deficit in technical researches that provide clear and concise information about the opportunities and challenges of the FTA for old and new Colombians entrepreneurs. For this reason, the purpose of this paper is to present a Business Guide of the Colombia-USA FTA; an analytical tool that facilitates and comprise all the information required by Colombian entrepreneurs whose aim is to export their products to the U.S market.

**Key concepts: Business Guide, Free Trade Agreement, United States of America, Colombia, Exports, Imports, International Trade, Bilateral Agreements, Opportunities and challenges for entrepreneurs.**

## **1. INTRODUCCIÓN**

El Tratado de Libre Comercio-TLC con Estados Unidos, firmado en 2006 y que entró en vigencia en 2012, ha despertado un gran número de opiniones y sentimientos encontrados en la sociedad colombiana. Ahora bien, en el debate que se ha generado en torno a este acuerdo, tanto detractores como defensores, han usado el tamaño de la economía y el mercado estadounidense, así como el nivel de competitividad de sus empresas para sustentar su posición.

Desde antes de la firma del TLC, sectores importantes de la economía de Colombia, como el ganadero, el agrícola y las pequeñas y medianas empresas, han manifestado que este acuerdo los llevará a la quiebra dado el tamaño y la competitividad de las empresas del país norteamericano. Por su parte, los defensores de este acuerdo, principalmente el gobierno y las multinacionales colombianas, han explicado que la diferencia en el tamaño de los mercados y el nivel de competitividad es benéfica para el país, ya que genera una transferencia de tecnología de Estados Unidos a Colombia, promoviendo a su vez la estabilidad y predictibilidad en las reglas de juego para el comercio de bienes y servicios.

A pesar del gran número de comentarios sobre los impactos que tendrá el TLC para Colombia que han aparecido en los medios de comunicación, lo cierto es que se presenta un problema vital para los empresarios que quieran desarrollar sus negocios bajo la normativa del tratado. Existe un déficit en estudios serios que identifiquen los espacios y las oportunidades reales que tendrán los empresarios colombianos para ingresar sus productos al mercado estadounidense. Teniendo en cuenta esta carencia, el propósito del presente documento es constituirse en una guía de actividad empresarial sobre el Tratado de Libre

Comercio entre Colombia y Estados Unidos, es decir, una herramienta analítica que tiene como fin facilitar información al emprendedor colombiano, sobre un sector o actividad concreta (Galicía, 2012).

De esta manera, la presente guía se encuentra dirigida a todas aquellas personas que busquen exportar o importar, tanto bienes como servicios, en el marco del TLC entre Colombia y Estados Unidos. La importancia de una investigación de este tipo, radica en que el principal problema que encuentran estos emprendedores al inicio de su proyecto es la falta de información para la puesta en marcha de la idea de negocio y que constituye en una de las principales causas para el fracaso de las nuevas empresas (Galicía, 2012). Considerando lo anterior, el objetivo general de este trabajo es: **Elaborar una guía dirigida a emprendedores colombianos, que informe y explique en una forma clara y sencilla el tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos, que les sirva para identificar las oportunidades de negocio y los retos que genera dicho tratado.**

Para dar un efectivo cumplimiento a los objetivos propuestos, la metodología usada para la construcción de la guía empresarial, fue el desarrollo de una exhaustiva revisión bibliográfica sobre el tema. De esta manera, se identificaron los diferentes medios y formas de comunicación e investigación que han arrojado resultados sobre el impacto del TLC, aquí se encuentran estudios y análisis académicos, así como las diferentes opiniones y controversias que han aparecido en artículos de periódicos y revistas de gran circulación nacional e internacional, entrevistas a personalidades conocedoras del tema como docentes universitarios de instituciones reconocidas, expertos en comercio exterior, ministros, líderes de diferentes gremios y asociaciones, entre otros. De igual forma, se revisaron las investigaciones realizadas por entidades gubernamentales como Proexport, el Ministerio de

Comercio, Industria y Turismo, y el DANE, las cuales han proporcionado información pública, y dirigida a los empresarios colombianos.

La importancia de esta guía y de la metodología usada, es que por medio de ella se busca disminuir el déficit, la carencia existente en estudios técnicos sobre las oportunidades que brinda el TLC con Estados Unidos para los empresarios colombianos. Por medio de este documento se brinda información clara y completa sobre el impacto que tendrá este acuerdo en los diferentes sectores de la economía de Colombia.

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, el presente documento se encuentra dividido en dos grandes capítulos. En primer lugar se presentan algunos conceptos fundamentales para esta investigación. La segunda parte contiene la guía de actividad empresarial sobre el TLC entre Colombia y Estados Unidos. En esta última, se hace una contextualización de las relaciones entre los dos países y luego se presentan, divididas por sectores (agrícola y agroindustrial, pecuario, manufacturas, servicios y compras públicas), las oportunidades y los retos que enfrentan los empresarios colombianos a la hora de hacer negocios en Estados Unidos. Para finalizar, se exponen unas acciones y recomendaciones para los empresarios colombianos, así como unas breves conclusiones sobre los resultados encontrados en el transcurso de la investigación.

## **2. MARCO CONCEPTUAL.**

Considerando que la guía que se presenta a continuación versará sobre un tipo específico de acuerdo bilateral, a saber el Tratado de Libre Comercio, se hace necesario exponer

primero una serie de conceptos fundamentales para entender los mecanismo que usan los países para integrarse económicamente a los diferentes mercados en el mundo.

**Acuerdo de Complementación Económica-ACE:** definidos por la ALADI (2012) como acuerdos que tienen por objetivos promover el máximo aprovechamiento de los factores de producción, estimular la complementación económica, asegurar condiciones equitativas de competencia, facilitar la concurrencia de los productos al mercado internacional e impulsar el desarrollo equilibrado y armónico de los países miembros.

**Acuerdos OTC:** son acuerdos multilaterales sobre obstáculos técnicos al comercio en marco de la Organización Mundial del Comercio. Este tipo de acuerdo se crea para garantizar que las normas técnicas entre países, no obstaculicen el comercio.

**Asociación económica:** “es un acuerdo bilateral de alcance intermedio entre un tratado de libre comercio y un acuerdo de alcance parcial, ya que además de abrir arancelariamente mercados, puede abordar acuerdos en otros temas conexos, no directamente comerciales” (Cámara de Comercio de Santiago, 2012).

**Tratado de Libre Comercio-TLC:** Es un acuerdo por escrito entre dos o más países que persigue crear una zona de libre comercio que garantice la libre circulación de bienes, servicios y capitales, mediante una armonización de políticas y normas jurídicas pertinentes (Cámara de Comercio de Santiago, 2012)

**Arancel:** “Son impuestos que los países cobran a los productos provenientes de otros países en el desarrollo de la actividad exportadora” (Mincomercio, 2004, p.9).

**Medidas sanitarias y fitosanitarias:** Son restricciones al comercio adoptadas por los países con el objetivo de proteger la salud humana o de los animales del uso de aditivos, así como la presencia de toxinas, organismos patógenos o contaminantes en los alimentos (Mincomercio, 2004; 25-26).

**Normas de Origen:** Son reglas que imponen los gobiernos de los países con el objeto de determinar en dónde se elaboró determinado bien. A través de éstas, se busca garantizar que las preferencias arancelarias concedidas en un acuerdo comercial se otorguen exclusivamente a los bienes originarios de los países firmantes y no de terceros. (Mincomercio, 2004, p.28)

**Obstáculos Técnicos al Comercio:** Son restricciones que imponen los países a las importaciones provenientes de otros países con el objeto de “entorpecer el comercio, fundados en requisitos técnicos, de estándares industriales, o de marcado y embalaje, entre otras” (Mincomercio, 2004, p. 28)

**Exportaciones:** Venta de un bien o servicio en otro país diferente al de origen con fines comerciales.

**Importaciones:** Introducción a un país de un bien o servicio originario de otro país con fines comerciales.

**Balanza Comercial:** Diferencia entre las exportaciones y las importaciones totales de un país.

**Categoría de Desgravación:** Hace referencia al cronograma que define el periodo de tiempo en el cual se eliminará el arancel a un producto específico.

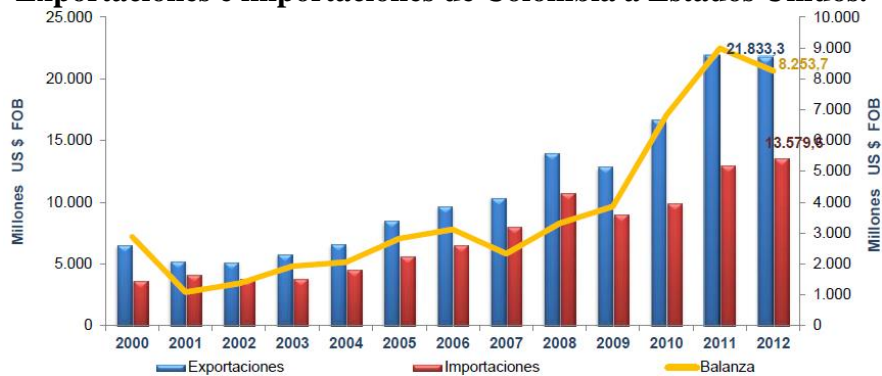
### **3. GUÍA PARA EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS**

#### **3.1. LAS RELACIONES COMERCIALES ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS.**

Aunque el acuerdo comercial con Estados Unidos no es el único ni el primero que ha firmado Colombia, su importancia radica en los impactos que puede causar sobre diferentes sectores del país, especialmente por la relación de socios preferenciales entre los dos países, así como por la amplitud y características del mercado norteamericano. Por ejemplo, Estados Unidos representa cerca del 20% del PIB mundial y aproximadamente el 11% del comercio en el globo. Igualmente, es un mercado con más de 310 millones de consumidores con alto poder de compra y ha sido uno de los principales socios de Colombia, recibiendo aproximadamente el 42% de sus exportaciones.

Esta importancia se puede observar en la Gráfica 1, donde se presentan las exportaciones e importaciones de Colombia a Estados Unidos, así como la balanza comercial. Como se puede apreciar, la balanza comercial se mantuvo positiva para Colombia durante primera década del siglo XXI. Sin embargo, con la entrada en vigencia del TLC en el 2012 se puede percibir un aumento mayor en el crecimiento de las importaciones que en el de las exportaciones.

**Gráfica 1.**  
**Exportaciones e importaciones de Colombia a Estados Unidos.**



**Fuente: Mincomercio, 2013**

En cuanto a la naturaleza de los intercambios comerciales antes de la entrada en vigor del TLC, los productos con mayores porcentajes de exportación colombianos al país norteamericano fueron aceite y gas con el 54%, metales no-ferrosos con el 10%, frutas con el 6%, carbón y gases derivados del petróleo con el 6%, entre otros. Entre tanto las exportaciones estadounidenses a Colombia corresponden a petróleo y productos derivados del carbón (20%), maquinaria para la producción agrícola y construcción (4%), químicos básicos (2%) y maquinaria para otros propósitos (2%). (Villarreal, 2011, p.11).

Por otro lado, para el 2012, año de entrada en vigencia del Acuerdo, se perciben algunos cambios, aunque no sustanciales, en materia de los productos exportados por Colombia hacia Estados Unidos y los que son importados desde la potencia norteamericana. De esta manera, la Tabla 1 presenta los principales bienes que comercializaron los dos países durante el 2012, luego de haberse ratificado el TLC.

En lo que respecta a las importaciones, la Tabla 1 muestra un aumento general de éstas. Especialmente, se percibe un crecimiento en el ingreso de maquinaria y equipos a Colombia provenientes de Estados Unidos. Esto es muy importante para los empresarios colombianos,

ya que esta nueva maquinaria genera una mayor tecnificación de los procesos agrícolas y de manufacturas en el país, impactando en la competitividad de los productores de Colombia. Por otro lado, en cuanto a las exportaciones, se mantiene la tendencia de exportar productos resultantes de los procesos mineros y materias primas.

**Tabla 1.**  
**Principales productos del comercio bilateral entre Colombia y Estados Unidos en el 2012.**

<b>Exportaciones</b>	<b>Miles US \$</b>	<b>Partic. %</b>
Petróleo	13.710.716	62,8
Otros Mineros	2.770.119	12,7
Derivados del Petróleo	1.286.439	5,9
Flores	960.767	4,4
Café	781.583	3,6
Resto	2.323.660	10,6
<b>Total exportado a Estados Unidos (FOB)</b>	<b>21.833.284</b>	<b>100,0</b>
<b>Importaciones</b>	<b>Miles US \$</b>	<b>Partic. %</b>
Maquinaria Y Equipo	4.326.331	30,4
Derivados del Petróleo	3.883.525	27,3
Química Básica	2.823.658	19,8
Automotor	601.188	4,2
Franjas Agrícolas	437.848	3,1
Resto	2.169.517	15,2
<b>Total importado desde Estados Unidos (CIF)</b>	<b>14.242.067</b>	<b>100,0</b>
Importaciones (FOB)	<b>13.579.550</b>	
Balanza comercial (FOB)	<b>8.253.734</b>	

Fuente: Mincomercio, 2013

Considerando lo anterior, este comercio responde al típico patrón entre países desarrollados y en vía de desarrollo. Es decir, se intercambia bienes industriales de los primeros, por *commodities* y materias primas de los segundos (Moncayo, 2006, p.192).

### **3.2. EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS.**

A grandes rasgos, el Tratado de Libre Comercio firmado es un acuerdo entre economías asimétricas. Lo anterior no se debe exclusivamente al tamaño de las economías, sino también por el poder de negociación de cada país. De esta manera, para el 2012 año de entrada en vigencia del TLC, Estados Unidos constituía un mercado con más de 313,9 millones de habitantes, así como un Producto Interno Bruto-PIB mayor a los 15,68 billones de dólares y un PIB per cápita de 49.965 dólares (Banco Mundial, 2013a). Por otro lado, en el mismo año, el mercado colombiano se componía únicamente de 47.7 millones de habitantes, con un PIB de 368,9 mil millones de dólares y un PIB per cápita de 7.752 dólares (Banco Mundial, 2013).

De esta manera, es verdad que Estados Unidos tiene una ventaja sobre Colombia, ya que sus empresas pueden producir a menores costos y con mejor calidad. No obstante, el Acuerdo firmado posee unos estamentos claros sobre los productos que ingresarán desde el primer momento sin aranceles y sobre las fechas estipuladas para las demás industrias. Por esta razón, para poder brindar unas recomendaciones claras y sustentadas sobre los sectores que se beneficiarán desde la entrada en funcionamiento del TLC en 2012, a continuación se examina detalladamente el contenido y las reducciones arancelarias que fueron acordados. Para comprender mejor lo anterior, la tabla que se encuentra en los anexos presenta las categorías de desgravación arancelaria para los productos colombianos.

### **3.3. OPORTUNIDADES Y RETOS PARA LOS SECTORES COMERCIALES COLOMBIANOS.**

En la siguiente sección, se presenta información detallada sobre las reducciones arancelarias a los diferentes productos de Colombia y de Estados Unidos. A partir de ésta información y de diferentes estudios sobre el tema, se exponen las oportunidades, retos y requisitos que tienen los empresarios colombianos agrupados en sectores comerciales.

#### **3.3.1. OPORTUNIDADES EN EL SECTOR AGRÍCOLA Y AGROINDUSTRIAL.**

Para los nuevos inversores que quieran incursionar en la cadena productiva del **azúcar**, Colombia logró en el marco del Tratado triplicar la cuota de los productos que entran al mercado estadounidense sin aranceles. Así, adquirió un acceso para 50 mil toneladas de **productos de confitería y chocolatería** colombianos. En consecuencia los inversionistas en este sector deben prestar especial atención a las temporadas de San Valentín, Halloween, Pascua y Navidad, donde existe una alta probabilidad de aumento en el volumen de la venta de confites (Proexport, 2012a, p.15).

De esta manera, la Gráfica 2 muestra cómo durante los meses siguientes a la entrada en vigencia del TLC, de mayo a octubre de 2012, se presentó un aumento en las exportaciones colombianas de azúcar y sus derivados. Así, se pasó de 22 millones de dólares en el 2011 a 59 millones en el 2012, lo cual representa un aumento de las exportaciones de cerca del 168%.

**Gráfica 2.**



Fuente: elaboración propia, de USITC. U.S. Export/Import Database.

Los **derivados del café** son otros de los productos que pueden representar grandes oportunidades para los exportadores colombianos. Con la implementación del TLC en el 2012, los derivados del grano nacional ingresan sin impuesto cuando antes debían pagar aranceles base de hasta el 10% (Mincomercio, 2012c, p.5). Ahora bien, los productos que más potencialidades tienen en el mercado estadounidense son los tipo *Premium*, especiales de alta diferenciación por su forma de cultivo y origen. Así mismo, se presentan oportunidades para la exportación de **café molido, café soluble y cubos de café concentrado**, entre otros, que tengan como destino principalmente, a los estados de California, Texas, Florida, Nueva York y Nueva Jersey (Mincomercio, 2012c, pp.8, 9).

Otro subsector donde se mejoraron las oportunidades para los exportadores de Colombia es el de **aceites y grasas**. Antes del TLC estos productos pagaban aranceles base entre el 0 y el 19%, o en su defecto aranceles específicos entre 0.68 US\$/kg y 34.2 US\$/kg. En la actualidad todos los productos de este subsector ingresan sin arancel al mercado estadounidense (Mincomercio, 2012c, p.3). Dentro de los aceites y grasas el producto que mayor potencial exportador tiene es el **aceite de palma y sus derivados**. En cuanto a las regiones de Estados Unidos donde se pueden comercializar estos productos, se destacan los estados de California, Illinois y Nueva York (Mincomercio, 2012c, pp.8, 9).

Para el caso de los subsectores **pesquero y acuícola**, el TLC también presenta grandes oportunidades de negocios para los colombianos, especialmente en los estados de Washington, California, Texas, Nueva York y Nueva Jersey (Mincomercio, 2012c, pp.8, 9). Esta situación se ve favorecida porque a partir de la entrada en vigencia del Tratado todos los productos de estos subsectores, que antes pagaban entre el 0% y el 15%, entrarán ahora al mercado de Estados Unidos libres de aranceles (Mincomercio, 2012, p.4).

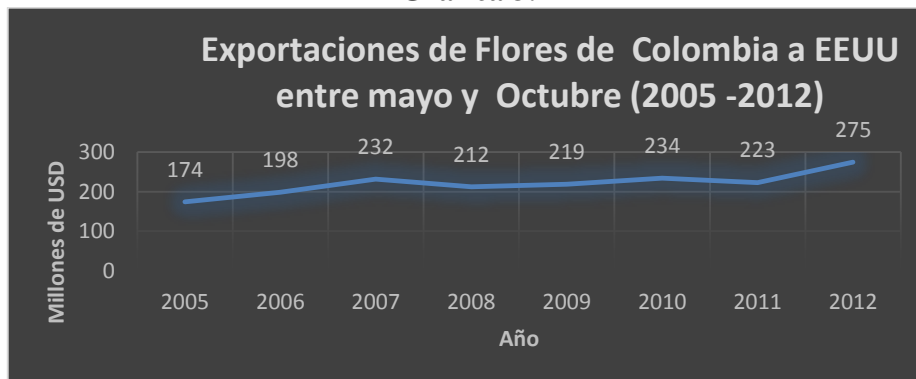
Para el caso de las **frutas, legumbres y hortalizas**, los beneficios del TLC representan opciones de negocios, tanto en su presentación fresca como cuando han sido procesadas. De esta manera, los productos frescos que antes de la entrada en vigencia del tratado pagaban aranceles base de hasta el 29.8% o aranceles específicos entre 0.18 US\$/kg y 26.5 US\$/kg (Mincomercio, 2012c, p.7), en la actualidad entran libres de estos impuestos. Por su parte, las frutas, legumbres y hortalizas procesadas también ven eliminados los aranceles base de hasta el 29% que debían pagar.

Otros productos que pueden presentar oportunidades importantes para exportadores y empresarios colombianos son las **frutas tropicales**, entre las que se pueden contar la papaya y el mango, así como las frutas exóticas como la maracuyá, la granadilla y el tomate de árbol. Para los empresarios es importante identificar que estos productos tienen gran acogida en estados como: California, Hawaii, Arizona, Oregon, Minnesota, Texas, Michigan, Missouri, Illinois, Virginia del Oeste, Carolina del Norte, Washington Pensilvania, Maryland, Georgia, Connecticut, Massachusetts y la Florida (Mincomercio, 2012c, pp.8, 9).

En cuanto a **las frutas, legumbres y hortalizas procesadas**, las principales oportunidades se encuentran en los estados de California, Hawaii, Washington, Oregon, Illinois, Ohio, Nueva Jersey, Maryland, Massachusetts, Georgia, Connecticut y Florida (Mincomercio, 2012c, pp.8, 9). En este subsector los productos que mayores potencialidades tienen para insertarse en el mercado estadounidense son las pulpas de fruta, las frutas deshidratadas, concentradas, liofilizadas y congelables.

Por otro lado, los productos de **panadería y molinería** también constituyen un escenario donde los empresarios colombianos pueden encontrar acogida en el mercado estadounidense, especialmente en los estados de California, Nueva York, Florida, Texas, Illinois y Nueva Jersey (Mincomercio, 2012c, pp.8, 9). En este subsector, luego de la entrada en vigencia del TLC, los productos que pagaban aranceles base de hasta el 14.9% ingresan ahora con un arancel del 0% (Mincomercio, 2012c, p.12).

**Gráfica 3.**



**Fuente: elaboración propia, Información tomada de USITC. U.S. Export/Import Database.**

Por último, hay que decir que dentro de los productos con mayor potencial exportador del sector agrícola y agroindustrial se encuentran las **flores frescas y follajes**. Así como en los

otros subsectores, estos productos se benefician con la desgravación acordada en el TLC, pasando de aranceles cercanos al 6% a unos del 0% (Mincomercio, 2012c, p.7).

En el Gráfico 3 se puede observar que durante los primeros meses de entrada en vigencia del Acuerdo en el 2012, se presentó un crecimiento importante en las exportaciones de flores, el cual no se había visto en los años anteriores. En este subsector se destacan productos como las rosas, los claveles y las astromelias, que tienen posibilidad de ser exportadas a California, Texas, Washington, Illinois, Ohio, Pensilvania, Nueva York y Nueva Jersey (Mincomercio, 2012c, p.7).

### **3.3.2. RETOS QUE DEBEN ENFRENTAR LOS PRODUCTOS DEL SECTOR AGRÍCOLA Y AGROINDUSTRIAL.**

Ahora bien, las oportunidades de exportación de estos productos no se encuentran exentas de ciertos retos y requisitos para los comerciantes colombianos. En primer lugar, si bien es cierto que las frutas tropicales y exóticas tienen un potencial gigantesco, es necesario que los nuevos empresarios tengan presente que la inserción de productos frutícolas de Colombia en los mercados internacionales, ha sido un proceso complejo en el desarrollo de cultivos, así como logística de empaques, transporte, manejo y campañas de promoción para los nuevos consumidores (Garay, Barberi & Carona, 2010, p.72).

Otro desafío que se debe tener en cuenta son las fluctuaciones características de los mercados internos y globales de frutas. Estos productos padecen de ciclos que alternan la escasez en su demanda con grandes bonanzas, lo cual ha generado la quiebra de muchos productores que no consideraron estos movimientos de la oferta y demanda internacional.

Para finalizar, es importante anotar que en el sector agroindustrial, es de vital importancia que las frutas y verduras que vayan a ser exportadas tengan el mínimo de pesticidas posibles.

### **3.3.3. OPORTUNIDADES EN EL SECTOR PECUARIO.**

En este sector se incluye la ganadería bovina, porcina y avícola, así como la producción de huevos, leche y sus derivados.

En cuanto a las preferencias sobre el comercio de carnes bovinas, el Tratado acordó la eliminación de todos los aranceles y cuotas a la importación de ambos países en un periodo de diez años (Garay et al, 2010, p.68). Así mismo, se otorgaron 5.000 toneladas de contingentes de **carnes industriales y despojos colombianos** que entraran al mercado estadounidense libre de aranceles.

A partir de los beneficios expuestos, y teniendo en cuenta las características de los consumidores estadounidenses, especialmente con relación al precio que pagan por cortes finos, se puede afirmar que los productos bovinos que mayor posibilidad de exportación tienen son **las carnes de alta calidad**, cuya crianza haya sido especializada, y que no tengan doble utilidad (carnes y lácteos).

Así, encontramos que la carne bovina colombiana del tipo “**Prime and Choice**”, que antes del TLC tenía un arancel base del 80%, desde su ratificación ingresa con arancel cero al mercado de la potencia norteamericana. Para la carne de animales bovinos de calidad estándar se le otorgó a Colombia un arancel cero para un contingente de 5.250 toneladas para el primer año de entrada en vigor del Acuerdo. Por lo tanto, después de superado este peso,

los productos de este tipo que busquen ingresar al mercado estadounidense deberán pagar aranceles.

En lo que corresponde al subsector lechero, por medio del Tratado se consiguieron nuevos contingentes anuales para un total de 9.000 toneladas de **productos lácteos** que entrarán libres de arancel al mercado estadounidense. Ahora bien, estos contingentes se encontraron divididos de la siguiente manera: 100 toneladas en **leche líquida**, 2000 toneladas en **mantequilla**, 300 toneladas en **helados**, 4600 toneladas en **quesos** y 2000 toneladas en otros **lácteos**. No obstante, es importante resaltar que, Colombia una vez entrado en vigencia el Tratado le concedió una desgravación inmediata la leche líquida y los lactosueros estadounidenses.

Las oportunidades en este sector varían de acuerdo con el eslabón de la cadena productiva que se analice. Así, en materia de productos primarios, como la leche líquida, se presentan serias limitaciones para su posicionamiento en el mercado estadounidense, especialmente por la producción de leches en polvo y lactosueros de este país. Por ello, las posibilidades de exportación y de negocios en este subsector se encuentran en su eslabón agroindustrial, es decir, en la producción de **derivados de la leche como el yogurt, los quesos y la mantequilla**.

**Gráfica 4.**



**Fuente: USITC. U.S. Export/Import Database.**

Sin importar las limitaciones existentes, tanto en los contingentes, como en la tecnificación de la producción de lácteos, este subsector se ha visto altamente beneficiado por el TLC. En este sentido, la Gráfica 4 muestra el crecimiento de las exportaciones de lácteos colombianos a Estados Unidos, las cuales pasaron de 146,858 dólares entre mayo y octubre del 2011 a 602,547 dólares para el mismo periodo de tiempo en el 2012. Es decir, se presentó un incremento de cerca del 169% en las exportaciones luego de la entrada en vigencia del TLC.

#### **3.3.4. RETOS QUE ENFRENTA EL SECTOR PECUARIO.**

Ahora bien, aunque existan grandes oportunidades para los comerciantes de cortes finos de carne y de derivados de la leche, es importante tener en cuenta la existencia de retos y barreras no arancelarias que pueden dificultar el acceso de estos productos al mercado estadounidense, como son los estándares de calidad. Por lo tanto, para poder aprovechar y materializar el potencial del sector pecuario es necesario solucionar problemas internos existentes en la producción y comercialización de carne y lácteos en Colombia.

Por ejemplo, es vital que se cumplan todos los requisitos técnicos sobre la calidad de la carne, ya que estos han sido obstáculos gigantescos para hacer un uso eficiente del contingente que le ha sido otorgado a Colombia. Por ejemplo, durante el primer año del TLC, de mayo a diciembre de 2012, no fue posible exportar carne de bovino en el marco de las 5.250 toneladas libres de aranceles a las que tenía derecho el país.

Por esta razón, es necesario que se profundicen los trabajos de los gremios, el gobierno y los productores individuales por mejorar las condiciones fitosanitarias del país. La obtención de certificaciones internacionales es de suma importancia para que los productos colombianos tengan acceso al mercado estadounidense. Mientras no se logren avances concretos en esta materia, los problemas de plagas, como el gusano barrenador, y enfermedades, como la peste porcina, la enfermedad de Newcastle, la enfermedad vesicular porcina seguirán siendo obstáculos gigantes para las exportaciones de Colombia (Domínguez, 2012)

### **3.3.5. PRODUCTOS MANUFACTURADOS CON OPORTUNIDADES DE ACCESO A ESTADOS UNIDOS.**

En cuanto a los productos industriales y las manufacturas, las mayores oportunidades para empresarios que quieran exportar a Estados Unidos se encuentran en el subsector de textiles y confecciones. Por ejemplo, los **brassieres** que hayan sido cosidos o cortados en Colombia podrán entrar sin pagar aranceles al mercado estadounidense. Esto es a su vez una mejora en la norma de origen que afectaba las exportaciones colombianas de estos productos antes del TLC (Proexport, 2012b; 19). Así mismo, los empresarios nacionales pueden encontrar oportunidades en materia de ropa deportiva, sobre todo en aquellos productos con

tratamientos especiales como: antihumedad, antibacterial, antisolar, etcétera (Proexport, 2012a; 16).

Otro producto donde los empresarios colombianos encontraran grandes posibilidad son la **ropa de control** que, antes de la entrada en implementación del TLC, pagaba aranceles entre el 20 y el 23.5%, ahora tendrá la posibilidad de ingresar con cero aranceles al mercado de Estados Unidos. Situación similar ocurrió con los **vestidos de baño** que ahora verán reducidos a cero los aranceles que antes se encontraban entre el 4 y el 27.8%. (Mincomercio, 2012b; 4)

Igualmente sucede con la **ropa interior** y la **ropa de hogar**. En el TLC se acordó que el primer tipo de productos viera disminuidos a cero los aranceles que pagaban entre el 0.9% y el 16.9%. Entre tanto, los segundos, aquellos incluidos en la denominación ropa de hogar, verán eliminados los aranceles de entre el 2.5% y el 14.9% que debían pagar los exportadores colombianos. (Mincomercio, 2012b; 4).

En el subsector de **empaques y envases**, los empresarios que busquen exportar a Estados Unidos se verán beneficiados por la eliminación de aranceles, ya que antes del TLC sólo el 35% de productos de este sector entraban con arancel cero, mientras que el otro 65% pagaban tarifas entre el 2.4% y el 10.7% (Mincomercio, 2012b; 4).

En cuanto a los **revestimientos cerámicos** y las **autopartes**, se ampliaron los porcentajes de productos de estos dos subsectores que podrán acceder al mercado estadounidense libres de aranceles. Los primeros, podrán entrar con un arancel de cero el 57% de los bienes que antes pagaban entre el 2.7% y el 13.5%. Por el lado de las autopartes, la eliminación

arancelaria cobijará al 64% de los productos colombianos de este subsector, que anteriormente tenían aranceles de entre el 4% y el 10%. (Mincomercio, 2012b; 4)

Dentro de los productos del subsector de revestimientos cerámicos con mayor capacidad de inserción en el mercado de Estados Unidos se destacan los acabados para la construcción, como cerámicas para baño y cocina, los revestimientos, los productos de ferretería, las estructuras metálicas, las pinturas y los recubrimientos. Esta amplia gama de bienes, así como la innovación y calidad del subsector, son características que se destacan de los productos colombianos.

En el marco de materiales y acabados, las oportunidades para los proveedores colombianos se sustentan en el repunte que ha tenido la construcción de viviendas en algunos Estados del país norteamericano, luego de la crisis inmobiliaria. A partir de lo anterior, los exportadores de acabados y de productos para la remodelación del hogar, podrán aprovechar la eliminación de aranceles acordada en el TLC y encontrarán un mercado ávido de bienes como tejas de barro, baldosas sin esmaltar y baldosas esmaltadas, que antes tenían aranceles del 13,5%, 10% y 8,5%, respectivamente (Proexport, 2012a; 20).

Por último, los **cosméticos y productos de aseo** colombianos también son bienes que pueden ser exportados y tener una buena acogida en el mercado de Estados Unidos gracias a los beneficios del TLC. En este subsector de las manufacturas, sólo el 47% de los productos gozaba de un acceso preferencial al mercado del país norteamericano, no obstante, luego de la implementación del TLC el 53% restante, que pagaba entre el 2,4% y el 5,8%, podrá entrar libre de aranceles (Mincomercio, 2012b; 4).

En materia de importaciones provenientes del Estados Unidos y relevantes para empresarios del sector de manufacturas, es importante destacar que Colombia abrió completamente su mercado al 86.8% de las materias primas y al 86.8% de bienes de capital estadounidenses que podrán ser usados para la industria colombiana (Mincomercio, 2012b). Esta reducción en los aranceles es vital para el sector manufacturero colombiano en la medida que disminuye los costos de producción, así como los de actualización tecnológica para mejorar la productividad.

### **3.3.6. RETOS Y REQUISITOS PARA LAS MANUFACTURAS COLOMBIANAS.**

De manera general, cabe anotar que las manufacturas colombianas deben cumplir estrictamente con las diferentes regulaciones para su acceso al mercado estadounidense. El objetivo de dichas normativas es la protección de la vida de las personas, animales o plantas frente a la presencia de aditivos, contaminantes, toxinas y organismos patógenos en los productos (Mincomercio, 2012b; 5). Por esta razón, es importante que los empresarios que busquen exportar este tipo de bienes, tengan en cuenta los requisitos que se les imponen y los organismos que los definen.

Los exportadores de materiales de construcción deben considerar la región con la cual quieren comercializar sus productos, ya que cada una presenta códigos diferentes de construcción. Por ejemplo, en el norte de Estados Unidos los materiales deben ser capaces de soportar cambios extremos en la temperatura y la humedad; mientras que en el sur del país, la alta presencia de huracanes hace necesario que los materiales sean resistentes a estos fenómenos naturales (Proexport, 2012a; 20). Igualmente, como valor agregado es importante

que los exportadores consideren la preferencia del mercado estadounidense por productos que cuenten con certificados de comercio justo, mercado étnico y productos amigables con el medio ambiente.

### **3.3.7. SERVICIOS COLOMBIANOS CON OPORTUNIDADES EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.**

Por medio del TLC, se suprimieron las barreras que existían para el acceso de proveedores de servicios entre Estados Unidos y Colombia. Igualmente, se eliminaron los aranceles para todos los productos digitales, a saber: videos, imágenes, software y grabaciones de sonido, entre otros (Mincomercio, 2012d; 3). Por otro lado, los dos países tuvieron que asumir algunos compromisos como: no exigir la “presencia local” de los prestadores de servicios, no discriminar a través de limitaciones al número de proveedores, de empleados, al valor de los activos o de las transacciones, y no imponer figuras que impidan a los prestadores de servicios ejercer su actividad laboral (Mincomercio, 2012d; 2).

En materia de servicios específicos, uno de los subsectores que más oportunidades tiene frente al TLC es el de la **salud**. Esto se debe a que, en su gran mayoría, los consumidores extranjeros de servicios médicos colombianos son migrantes de Colombia o latinos en Estados Unidos (Proexport, 2012a; 22). Los principales Estados donde se ha identificado este mercado para servicios de salud son California, Texas y la Florida (Mincomercio, 2012d; 7).

Igualmente, las posibilidades en este subsector se ven potenciadas por el amplio portafolio, la calidad y la especialización de la mano de obra de servicios prestados por Colombia como: **oncología, oftalmología, cirugía plástica y reconstructiva, servicios de**

**reproducción, cardiología, cirugía bariátrica, tratamientos dentales, así como estudios y procedimientos con células madres**, entre otros (Proexport, 2012a; 22).

En materia de servicios profesionales, los más beneficiados con el TLC fueron las ingenierías, arquitectura, contabilidad, servicios jurídicos, enfermería, odontología, medicina general y servicios prestados por personal paramédico. Estos profesionales tienen la posibilidad de prestar consultoría y hacer parte de proyectos de reconstrucción y mejoramiento de infraestructura, principalmente en los estados de Nueva York, Nueva Jersey, California, Texas y Florida (Mincomercio, 2912d; 7).

Por otro lado, la cercanía tanto física como cultural entre Colombia y Estados Unidos, se configura como una óptima posibilidad para explotar los beneficios adquiridos para los productos **digitales** y para el desarrollo **audiovisual**. De esta manera, el TLC propicia el desarrollo de Colombia como una plaza interesante para grabar proyectos de productoras y canales, tanto estadounidenses como internacionales, que deben ser aprovechados por los empresarios colombianos.

En cuanto a los servicios profesionales, uno de los principales puntos acordados en el TLC hace referencia a la “presencia local” de los prestadores de dichos servicios. En esta materia, se logró que no fuera obligatoria la presencia en el otro país a la hora de llevar a cabo la actividad profesional. Gracias a lo anterior, se abren grandes oportunidades empresarios colombianos en los subsectores de telemedicina, *call centers*, servicios de contaduría y procesamiento de datos, entre otros, los cuales podrán realizarse sin necesidad de presencia en Estados Unidos.

### **3.3.8. RETOS Y REQUISITOS PARA LOS DIFERENTES PRESTADORES DE SERVICIOS.**

Un gran obstáculo que tienen los profesionales colombianos para prestar sus servicios en Estados Unidos, es la falta de regulación en cuanto al reconocimiento y homologación de títulos profesionales entre los países. Si bien en el Tratado se establece que ambos países buscarán, con sus respectivas autoridades, el desarrollo mecanismos y facilidades para el otorgamiento de licencias y certificados a los proveedores de servicios profesionales, así como la necesidad de revisar las medidas para adquirir residencia permanente o ciudadanía para algunas profesiones; el cumplimiento de estos compromisos no es obligatorio y depende más de la voluntad política de los gobiernos, lo que genera incertidumbre entre los profesionales colombianos con relación a su capacidad real para establecerse en Estados Unidos.

Por otro lado, uno de los retos más grandes que tienen los proveedores colombianos es el tamaño mismo del mercado estadounidense. Así, aunque esta característica abre una cantidad de posibilidades para la exportación, también trae consigo la necesidad de mejorar los procesos, la calidad y la rapidez en la entrega de servicios. En la medida en que el mercado de Estados Unidos ocupa el primer lugar en el comercio mundial de servicios, los proveedores estadounidenses e internacionales con los que entrará a competir Colombia poseen amplios desarrollos, especialmente en tecnologías de la información y la comunicación. Por esta razón, es necesario que los empresarios colombianos, acompañados por el gobierno de este país, fortalezcan su capacidad competitiva y productiva, así como su rapidez y efectividad a la hora de responder al cliente estadounidense.

## 4. ACCIONES

### 4.1. RECOMENDACIONES GENERALES

De manera general, los exportadores colombianos que busquen introducir sus productos en el mercado estadounidense deben tener en cuenta las categorías de desgravación que fueron acordadas. En estas se clasifican los productos en diferentes periodos de liberalización, teniendo en cuenta los intereses y sensibilidades de cada país. En este sentido, la **tabla 1** de la sección de Anexos presenta las categorías establecidas y que entraron en vigor a partir del 2012. Esto quiere decir, que el año uno empezó el 15 de mayo y finalizó el 31 de diciembre de 2012, y en adelante, las etapas anuales de reducciones arancelarias iniciarán el 1 de enero y finalizarán el 31 de diciembre de los años respectivos.

Otro factor importante para tener en cuenta por parte de los exportadores colombianos, es la relación valor/peso y el medio de transporte por la que se transportan los productos. Así, si el producto posee un mercado doméstico y una relación alta entre valor/peso, es recomendable transportarlo por vía aérea a Estados Unidos y establecer las línea de exportación en las ciudades internas de Colombia, como Bogotá, Medellín, Bucaramanga, entre otras. Por otro lado, si la relación valor/peso es baja y el producto cuenta con un alto contenido de materias primas importadas para su producción, es recomendable localizar la línea de exportación cerca de los puertos marítimos claves, como Cartagena, Barranquilla, Santa Marta o Cali (Gómez, 2012). Esta ubicación es vital, ya que la facilidad, eficacia y rapidez con la que se transportan las mercancías son cualidades claves que buscan los compradores de Estados Unidos.

Así mismo, deben tener presente la incorporación del Plan Vallejo de materias primas como mecanismo para incentivar a los exportadores colombianos, especialmente, los nuevos empresarios que tengan por objetivo introducir sus mercancías y productos en el mercado de Estados Unidos. Por medio de este plan, podrán importar sin arancel y sin IVA insumos de países con los cuales Colombia no tiene firmado un TLC, como China, Japón y Malasia, para transformarlos en bienes cuyo destino sea Estados Unidos, a donde podrían ingresar también con arancel cero. Para lograr lo anterior, se exige que valor agregado nacional sea tan sólo del 35% (Gómez, 2012).

#### **4.2. ACCIONES EN EL SECTOR AGROINDUSTRIAL**

Ahora bien, los empresarios que quieran introducir café al mercado estadounidense, deben prestar especial atención a la categoría de desgravación de su producto. De esta manera, el **Tabla 2** en la sección de Anexos, muestra que únicamente el café tostado, sin descafeinar y en grano contó con arancel cero a partir de la entrada en vigencia del TLC; mientras que los demás tipos de café, ingresarán libres de arancel sólo hasta el año cinco.

El éxito en la comercialización de las frutas, legumbres y hortalizas, especialmente las más exóticas, depende de una buena articulación con las empresas multinacionales productoras y compradoras de frutas en Estados Unidos y, especialmente, con las cadenas distribuidoras de este país. El banano y la piña son ejemplos de esta articulación, no obstante el requisito de estas empresas y cadenas fue la existencia en un consumo significativo, que no existe en los productos tropicales y exóticos de nueva inserción (Garay et al., 2010; 73).

Además de la importancia de que las frutas y verduras sean orgánicas, los exportadores colombianos también deben considerar que la época de mayor demanda de estos productos en Estados Unidos. Los meses de noviembre, diciembre, enero, febrero y marzo, son las épocas de temporada baja en la producción y cultivo (Proexport, 2012a; 14).

### **4.3. ACCIONES EN EL SECTOR PECUARIO**

En cuanto al sector pecuario, es importante incluir técnicas relativas a la selección genética de las razas de ganado. (Garay et al., 2010; 70). Tradicionalmente, un alto porcentaje de ganado en Colombia utilizado de manera doble, tanto para la producción de carne como para la de leche. Por su parte, la producción estadounidense es específica, lo que lleva a diferencias en la alimentación y edad de sacrificio, que son vitales para la calidad de la carne.

En este contexto, aquellos empresarios que busquen incursionar en el mercado de Estados Unidos, deberán especializar su ganado y utilizar nuevas técnicas para la producción de una carne y unos productos lácteos de alta calidad. De la misma manera lograr un progresivo y acelerado proceso de empresarización del sector ganadero, caracterizado por la adecuación de infraestructura de procesamiento de lácteos y cárnicos (Garay et al., 2010; 69) y el aumento de los niveles de asociatividad en los pequeños productores. Se trata de avances que redundarán en una mayor competitividad productiva y de gestión, que tienda a la inscripción masiva de fincas ganaderas para exportación.

#### **4.4. ACCIONES EN MANUFACTURAS.**

En el subsector de materiales de construcción, es importante que los exportadores de productos colombianos identifiquen distribuidores en Estados Unidos que además de experiencia y un portafolio importante de clientes, se conviertan en aliados al estar comprometidos con el crecimiento en ventas de los materiales. Igualmente, es necesario considerar que ya existen nichos donde los productos nacionales han tenido gran acogida. Por ejemplo, las costas sur y oriente de Estados Unidos son las principales receptoras de revestimientos de Colombia. Esto se debe a la concentración de latinos en estas zonas, así como a la facilidad y los costos en términos logísticos (Proexport, 2012a; 20).

Por otro lado, para un mejor aprovechamiento del TLC por parte de empresarios del subsector de cosméticos y productos de aseo colombianos, es indispensable que se lleve a cabo una capacitación en materia de regulación de acceso a recursos genéticos. Por ejemplo, se debe prestar especial atención a las normativas específicas en cuanto al etiquetado, ya que la mala rotulación es uno de los principales factores de devolución de productos (Oficina para el Aprovechamiento del TLC con EEUU, 2012). Igualmente, es importante fortalecer la industria colombiana de empaques, ya que la innovación en estos le brindará valor agregado a los cosméticos y productos de aseo. Por último, para los empresarios de este subsector es vital el fortalecimiento de su capital humano, que tienda a una especialización en certificados de biodiversidad.

#### 4.5. ACCIONES EN EL SECTOR DE SERVICIOS.

Ahora bien, uno de los principales retos para los profesionales colombianos es el desconocimiento de las modalidades para prestar sus servicios en Estados Unidos. Es importante tener en cuenta que se registran cuatro modalidades principales: Suministro Transfronterizo, Consumo en el Extranjero, Presencia Comercial y Presencia Física.

Por **Suministro transfronterizo**, se entiende el traslado exclusivo del servicio; es decir, ni el consumidor ni el prestador se desplazan de su territorio. Bajo esta modalidad se presentan oportunidades para los consultores colombianos, para los servicios de atención de llamadas o *call centers*, y para la telemedicina (Mincomercio, 2012d; 5). En cuanto al **Consumo Extranjero**, esta modalidad hace referencia al desplazamiento del consumidor al país que va a recibir el servicio. En este caso, las posibilidades para los empresarios de Colombia se encuentran en el subsector del turismo, así como en el de las intervenciones médicas, como cirugías plásticas, entre otras.

La **Presencia Comercial** implica el desplazamiento del capital productivo, como sucede con una filial de una empresa. Esta modalidad se presenta especialmente en el caso de Inversión Extranjera Directa. Por último, la **Presencia física de personas** donde el prestador del servicio es el que debe trasladarse de manera temporal al otro país. Estas situaciones se presentan especialmente en el caso de prestar un servicio de reparación o de capacitaciones en el otro territorio. (Mincomercio, 2012; 5).

#### **4.6. INSTITUCIONES Y NORMATIVAS A TENER EN CUENTA.**

Frente a los problemas de calidad, es vital que los exportadores conozcan y recopilen la información necesaria sobre las instituciones que imponen las regulaciones de acceso al mercado de Estados Unidos. Así, en lo que respecta a los productos agrícolas, agroindustriales y los alimentos se deben revisar los requerimientos de la *U.S. Food and Drug Administration-FDA*, del *United States Department of Agriculture-USDA*, de la *Environmental Protection Agency-EPA* y del *Alcohol and Tobacco Tax Trade*. Estas entidades tienen como objetivo primordial asegurar la inocuidad de los alimentos, así como proteger la vida de las personas y los animales. Además presta especial atención a la presencia de activos, pesticidas, plagas o contaminantes en los bienes que buscan ingresar a Estados Unidos.

Los exportadores de productos textiles deben cumplir los requerimientos de estampado, etiquetado y contenido que dictamina el *TextileFiberProductsIdentificationAct*<sup>1</sup>. En materia de productos químicos y minerales, así como de juguetes, es necesario prestar atención a los estándares de seguridad requeridos por la *ConsumerProduct Safety Commission*. Mientras que los empresarios en los demás subsectores manufactureros, como cosméticos, autopartes y materiales de construcción, entre otros, deben revisar los requisitos definidos por las

---

<sup>1</sup>Todos los requerimientos y restricciones para los productos textiles se encuentran en la página de la *Office of Textile and Apparel – OTEXA*; en: [otexa.ica.doc.gov](http://otexa.ica.doc.gov)

siguientes entidades estadounidenses: *Environmental Protection Agency – EPA*, la *U.S. Food and Drug Administration* y la *United States Government Printing Office*. (Mincomercio, 2012b; 5-6).

Por otro lado, en lo que respecta a las confecciones y prendas de vestir, es muy importante que los empresarios que buscan insertar sus productos en el mercado estadounidense cumplan con una norma particular frente al origen de las mercancías. Es decir, deben aprobar una regla de origen fundamentada en el principio de *Yarn Forward*, a saber: todos los hilados deben provenir de Estados Unidos o de los países signatarios, lo anterior aplica para todas las telas e hilos que componen la confección (Proexport, 2012b).

## **5. CONCLUSIONES**

El presente texto ha tenido como objetivo la construcción de una guía empresarial, la cual presente de manera clara, concisa y exhaustiva la información que necesitan los emprendedores colombianos que busquen hacer negocios con Estados Unidos en el marco del Tratado de Libre Comercio. La razón de esta investigación es que, si bien el TLC de Colombia con Estados Unidos se ha caracterizado por despertar una gran cantidad de comentarios y sentimientos encontrados, existe un gran déficit en estudios técnicos que recopilen información sobre la mayoría de los sectores, los productos y los beneficios acordados.

Considerando esta situación, se recogió amplia información que fue presentada en las secciones anteriores y que versó desde los aspectos generales del comercio internacional, hasta las implicaciones que tiene el TLC para los empresarios colombianos de diferentes

sectores de la economía, como el agrícola, el agroindustrial, el pecuario y el de manufacturas. A partir de esta investigación realizada, se pudieron evidenciar las siguientes conclusiones generales, a saber:

En primer lugar, luego de año y medio de implementado el TLCse puede decir que se ha mantenido la dinámica típica de los procesos de apertura. Es decir, ha generado importantes oportunidades de negocios para algunos empresarios, con sus retos propios, y también una serie de riesgos para otros. Por ejemplo, durante los primeros meses, luego de su ratificación los exportadores de lácteos, de productos derivados del azúcar y de flores han visto un crecimiento importante en sus ventas en Estados Unidos, 169%, 168% y 23%, respectivamente. No obstante, existen sectores como el de la carne de bovino que, a pesar de haber obtenido mayores contingentes libres de arancel, no han podido aprovechar estos beneficios debido a la falta de calidad y el incumplimiento de los estándares técnicos exigidos por el mercado estadounidense.

En lo referente a la balanza comercial, aunque se mantuvo la tendencia positiva para Colombia desde 1999, es importante tener en cuenta que luego de la entrada en vigencia del TLC las importaciones nacionales desde Estados Unidos han tenido un mayor crecimiento que sus exportaciones. Esta situación se debe, principalmente, a que gran parte de los productos colombianos que ingresaban al mercado estadounidense poseían preferencias arancelarias debido al APTDEA, mientras que los productos que se importan desde Estados Unidos sólo comenzaron a recibir algún tipo de preferencias luego de implementado el acuerdo comercial.

Ahora bien, un punto esencial es que la diversificación de la oferta, así como todas las oportunidades y preferencias que brinda el TLC, van de la mano con una mejora y una gran inversión en la calidad de los productos que se van a exportar. Por ejemplo, como fue expuesto, en el caso de la carne de bovino los beneficios arancelarios y en contingentes no han podido ser utilizados por los exportadores colombianos, ya que sus productos no cumplen con los requisitos técnicos para ser denominados “**Prime and Choice**”. No obstante, el problema de la calidad no es exclusivo del sector pecuario, sino que hace parte de uno de los mayores retos que tiene también el sector agroindustrial (especialmente en cuanto a la exportación de frutas), el de manufacturas y el de servicios.

Para finalizar, a partir de la información recopilada y presentada en este documento, se puede concluir que el Tratado de Libre Comercio no es ni el demonio que creen algunos, ni la solución mágica que expone el gobierno de Colombia. Este Acuerdo, como todo proceso de liberalización de los mercados, trae consigo diferentes oportunidades para los exportadores colombianos. No obstante, también es importante recordar que trae riesgos y retos para que se pueda aprovechar de manera eficiente, siendo la calidad de los productos el factor que más puede afectar a los nuevos emprendedores.

## BIBLIOGRAFÍA

- Amezquita Zarate, Pascual (2007). “Efectos del TLC Colombia-Estados Unidos en las PYMES colombianas”. En *Análisis Económico*, Num. 50, Vol. XXII; pp. 57-77
- ALADI (2012). *Acuerdos de alcance parcial*. Consultado el 15 de Junio de 2012. En línea: [http://www.aladi.org/nsfaladi/arquitect.nsf/VSITIOWEB/Inf\\_acuerdos\\_de\\_alcance\\_parcial\\_acdos](http://www.aladi.org/nsfaladi/arquitect.nsf/VSITIOWEB/Inf_acuerdos_de_alcance_parcial_acdos)
- Baldwin, Richard E. (2006), “Multilateralising Regionalism: Spaghetti Bowls as Building Blocks on the Path to Global Free Trade” en *The World Economy*, Volumen 29, Número 11, pp. 1451-1518.
- Banco de la República (2006). **La inversión extranjera directa y el comercio exterior colombiano, 2000-2005**. Nota Editorial. Abril, 2006. Bogotá. En línea: [http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/revista\\_bco\\_notas/2006/abril\\_06.pdf](http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/revista_bco_notas/2006/abril_06.pdf)
- Banco Mundial (2013a) “Datos de Estados Unidos”. Consultado el 18 de julio de 2013. En línea: [http://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos#cp\\_fin](http://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos#cp_fin)
- Banco Mundial (2013b) “Datos de Colombia”. Consultado el 18 de julio de 2013. En línea: <http://datos.bancomundial.org/pais/colombia>
- Brummer, Chris (2007), “The Ties that Bind? Regionalism, Commercial Treaties, and the Future of Global Economic Integration”, en *Vanderbilt Law Review*, Volumen 60, Número 5, pp 1348-1408.
- Cámara de Comercio de Santiago (2012). *Acuerdos Comerciales – Glosario*. Consultado el 15 de Junio de 2012. De: <http://www.acuerdoscomerciales.cl/glosario.htm>
- Centro Europeo de Empresas e Innovación de Galicia (2012). *¿Qué es una guía?* Consultado el 15 de Junio de 2012. En línea: <http://guias.bicgalicia.es/v2/nuevo/asp/individual/plantilla.asp?pagina=QueE>

Díaz, Javier (2012). *Colombia frente al TLC con Estados Unidos: Oportunidades, Amenazas y Retos*. Consultado el 24 de Mayo de 2012. En línea:

<http://negociosyemprendimiento.com/colombia-frente-al-tlc-con-estados-unidos-oportunidades-amenazas-y-retos/>

EFE (2012). *TLC entre Colombia y EE.UU. entra en vigor casi 6 años después de su firma*. Consultado el 15 de Mayo de 2012. En línea:

<http://www.elespectador.com/economia/articulo-345137-tlc-entre-colombia-y-eeuu-entra-vigor-casi-6-anos-despues-de-su-firma>.

Garay Salamanca, Luis Jorge; Barberi Gómez, Fernando y Carona Landínez, Iván. (2006). *La negociación agropecuaria en el TLC con los Estados Unidos: Alcances y consecuencias*. Bogotá: Planeta Paz.

Garay Salamanca, Luis Jorge; Barberi Gómez, Fernando y Carona Landínez, Iván (2010). *Impactos del TLC con Estados Unidos sobre la economía campesina en Colombia*. Instituto Latinoamericano para una Sociedad y un Derecho Alternativos, Bogotá, Colombia.

Gómez Rodríguez, Luisa Constanza (2011) “Colombia aun no ha desarrollado el potencial que tiene para exportar”, en *Portafolio*, sección *Economía y Comercio*, octubre 13 de 2011, Bogotá, Colombia. En línea:  
<http://search.proquest.com.ezproxy.uniandes.edu.co:8080/docview/897822958?accountid=34489>

Gómez-Mera, Laura, y Beverly Barrett (2012), “The Political Economy of Preferential Trade Agreements: Latin America and Beyond”, en *Latin American Politics & Society*, Volumen 54, Número 1, pp. 183-196.

Gómez Rodríguez, Luisa Constanza (2012) “Los seis aspectos claves para aprovechar el TLC” en *Portafolio*, sección *Economía y Comercio*, marzo, Bogotá, Colombia. En línea:  
<http://search.proquest.com.ezproxy.uniandes.edu.co:8080/docview/940846391?accountid=>

Griswold, Daniel (2008). "A U.S.-Colombia Free Trade Agreement: Strengthening Democracy and Progress in Latin America". *Free Trade Bulletin*, No. 32, Center for Trade Policy Studies, Washington D.C.

Hidalgo, Juan Carlos y Griswold, Daniel (2011). "Trade Agreement would Promote U.S. Exports and Colombian Civil Society". *Free Trade Bulletin*, No. 44. Center for Trade Policy Studies, Washington D.C.

Menon, Jayant (2009), "Dealing with the Proliferation of Bilateral Free Trade Agreements" en *The World Economy*, Volumen 32, Número 10, pp. 1381-1407.

Mincomercio – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2004). **Las 100 preguntas del TLC**. Colombia. Consultado el 27 de julio de 2013. En línea:  
<http://www.tlc.gov.co/descargar.php?id=60491>

Mincomercio – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2006a). **TLC. Principales logros**. Bogotá, Colombia. Consultado el 27 de Julio de 2013. En línea:  
<http://www.mincomercio.gov.co/vbecontent/Documentos/negociaciones/TLC/TLC-CartillaLogros.pdf> (consultado abril 1-06)

Mincomercio – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2006b). **Tratado de Libre Comercio Colombia- Estados Unidos**. Resumen. Bogotá, Colombia. Consultado el 27 de Julio de 2013. En línea:  
<http://www.mincomercio.gov.co/vbecontent/Documentos/negociaciones/TLC/TLC-TextoFinal-Resumen.pdf> (consultado abril 1-06)

Ministerio de comercio, industria y turismo (s.f). Consultado el 22 de Mayo de 2012. En línea: <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=723>

Mincomercio – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2012a). **Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos**. Colombia. Fascículo 1. Consultado el 15 de

Agosto de 2013. En línea: <http://www.proexport.com.co/publicaciones/tlc-colombia-eeuu-fasc%C3%ADculo-1>

Mincomercio – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2012b). Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos. Fascículo 2. Manufacturas. Colombia. Consultado el 15 de Agosto de 2013. En línea: [http://www.proexport.com.co/sites/default/files/tlc\\_colombia\\_-\\_ee.uu\\_-\\_manufacturas\\_-\\_fasciculo\\_-2\\_.pdf](http://www.proexport.com.co/sites/default/files/tlc_colombia_-_ee.uu_-_manufacturas_-_fasciculo_-2_.pdf)

Mincomercio – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2012c). Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos. Más Comercio, más empleo. Fascículo 3. Agroindustria. Colombia. Consultado el 15 de Agosto de 2013. En línea: [http://www.proexport.com.co/sites/default/files/tlc\\_fasciculo\\_3\\_agroindustria\\_red.pdf](http://www.proexport.com.co/sites/default/files/tlc_fasciculo_3_agroindustria_red.pdf)

Mincomercio – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2012d). Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos. Más Comercio, más empleo. Fascículo 4. Servicios, Compras Públicas, Propiedad Intelectual y Productos Étnicos. Colombia. Consultado el 15 de Agosto de 2013. En línea: [http://www.proexport.com.co/sites/default/files/tlc\\_fasciculo\\_4\\_0.pdf](http://www.proexport.com.co/sites/default/files/tlc_fasciculo_4_0.pdf)

Moncayo, Edgard (2006). “El TLC de Colombia con Estados Unidos y sus implicaciones en los departamentos colombianos”, en *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*; pp. 177-209.

OMC – Organización Mundial del Comercio (2009). *Introducción al acuerdo MSF – Objetivos básicos del acuerdo*. Consultado el 15 de Junio de 2012. En línea: [http://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/sps\\_s/sps\\_agreement\\_cbt\\_s/c1s1p1\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/tratop_s/sps_s/sps_agreement_cbt_s/c1s1p1_s.htm)

Plummer, Michael G. (2007), “‘Best Practices’ in Regional Trading Agreements: An Application to Asia”, en *The World Economy*, Volumen 30, Número. 12, pp. 1771-1796.

Proexport Colombia (s.f). *Importancia del TLC para Colombia*. Consultado el 23 de Mayo de 2012, En: <http://tlc-eeuu.proexport.com.co/abc-del-tlc>

Proexport Colombia (2012a). *Abecé del TLC Colombia-Estados Unidos*. Consultado el 19 de agosto de 2013. En: <http://www.emprendimientouao.org/wp-content/uploads/2012/05/EL-ABEC%C3%89-DEL-TLC.pdf>.

Proexport Colombia (2012b) *El Mercado de Prendas de Vestir en Estados Unidos*. Consultado el 22 de agosto de 2013. En: [http://www.proexport.com.co/sites/default/files/cartilla\\_prendas\\_de\\_vestir\\_0.pdf](http://www.proexport.com.co/sites/default/files/cartilla_prendas_de_vestir_0.pdf).

Ramírez J., Juan Carlos (ed.) (2005). “Las negociaciones comerciales de Colombia: del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) a un Tratado de Libre Comercio”, en *Serie Estudios y Perspectivas 5*. Comisión Económica para América Latina-CEPAL, Friedrich Ebert Stiftung en Colombia-FESCOL. Bogotá, Colombia.

Romero, Alberto (2006). “El TLC Colombia-USA” en *Tendencias*, vol. VII, no. 2, Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Nariño.

Silva, Laura Cristina (2007). “El proceso de Negociación del TLC entre Colombia y Estados Unidos”, en *Colombia Internacional*, no. 65, Universidad de los Andes; pp. 112-133.

USITC - United States International Trade Commission (2012). Dataweb, U.S. Imports/Exports Data. Consultado el 25 de Julio de 2013. En línea: <http://dataweb.usitc.gov>

Villareal, M. Angeles (2011) *The U.S.-Colombia Free Trade Agreement: Background and Issues*. Report for Congress, Congressional Research Service.

Viner, Jacob (1950). *The Customs Union Issue*. Carnegie Endowment for International Peace, New York.

Wei, Zhang (2011), “Regional trade liberalisation: a theoretical review of dynamic time-path stability issues” en *Asian-Pacific Economic Literature*, Vol. 25, No. 1, pp. 1-14.

## ANEXOS

**Tabla 1.**  
**Categorías de Desgravación del TLC entre Colombia y Estados Unidos.**

<b>Categoría</b>	<b>Periodo para la eliminación arancelaria</b>	<b>Características de la desgravación luego de la entrada en vigor del Acuerdo</b>
<b>A</b>	Inmediata	Arancel 0 a partir de la entrada en vigencia del acuerdo.
<b>B</b>	5 Años	Liberalización gradual en 5 etapas anuales iguales. Arancel cero a partir de enero del año cinco.
<b>C</b>	10 años	Liberalización gradual en 10 etapas anuales iguales. Arancel 0 a partir de enero del año 10.
<b>D</b>	15 años	Liberalización gradual en 15 etapas anuales iguales. Arancel 0 a partir de enero del año 15.
<b>E</b>	17 años	Tasa base los diez primeros años. A partir del año 11 serán eliminados los aranceles en 7 etapas anuales iguales. Quedaran libres de aranceles a partir de enero del año 17.
<b>F</b>	Inmediata	Mercancías originarias que continúan recibiendo un tratamiento libre de Aranceles.
<b>G</b>	11 años	Mercancías originarias cuya desgravación se hará en 11 etapas anuales iguales. Arancel 0 a partir de enero del año once
<b>H</b>	3 años	Mercancías originarias cuya desgravación se hará en 3 etapas anuales iguales. Arancel 0 a partir de enero del año 3.
<b>K</b>	7 años	Mercancías originarias cuya desgravación se hará en 7 etapas anuales iguales. Arancel 0 a partir de enero del año 7.
<b>L</b>	8 años	Mercancías originarias cuya desgravación se hará en 8 etapas anuales iguales. Arancel 0 a partir de enero del año 8.
<b>M</b>	9 años	Mercancías originarias cuya desgravación se hará en 9 etapas anuales iguales. Arancel 0 a partir de enero del año 9.
<b>N</b>	12 años	Mercancías originarias cuya desgravación se hará en 12 etapas anuales iguales. Arancel 0 a partir de enero del año 12.
<b>U</b>	5 años	Mercancías originarias cuya desgravación se hará de la siguiente manera: se reducirá en un 10% de la tasa base en la fecha en que el acuerdo entre en vigor. El 1 de Enero del año 2 se reducirá en 10% adicional de la tasa base. El 1 de Enero del año 3 se reducirá en

		30% de la tasa base. El 1 de Enero del año 4 en 20% adicional de la tasa base. El 1 de Enero del año 5 se reducirá en 30% adicional del arancel base. Arancel 0 a partir de enero del año 5.
<b>V</b>	10 años	Mercancías originarias cuya desgravación se hará de la siguiente manera: se reducirá un 37.5% de la tasa base en la fecha en que el acuerdo entre en vigor. El 1 de Enero de los años 2 a 10, inclusive, se reducirán los aranceles en 9 etapas anuales. Arancel 0 a partir de Enero del año 10.
<b>W</b>	10 años	Mercancías originarias cuya desgravación se hará de la siguiente manera: se reducirá un 33% de la tasa base en la fecha en que el acuerdo entre en vigor. El 1 de Enero de los años 2 a 10, inclusive, se reducirán los aranceles en 9 etapas anuales. Arancel 0 a partir de Enero del año 10.
<b>X</b>	18 años	Mercancías originarias cuya desgravación se hará de la siguiente manera: mantendrán la tasa base durante los años 1 al 5, luego de la entrada en vigor del acuerdo. Empezando en el año 6 se reducirán los aranceles en 13 etapas anuales. Arancel 0 a partir de Enero del año 18.
<b>Y</b>	18 años	Mercancías originarias cuya desgravación se hará de la siguiente manera: mantendrán la tasa base durante los años 1 al 10, luego de la entrada en vigor del acuerdo. Empezando en el año 11 se reducirán los aranceles en 8 etapas anuales. Arancel 0 a partir de Enero del año 18.
<b>Z</b>	19 años	Mercancías originarias cuya desgravación se hará de la siguiente manera: mantendrán la tasa base durante los años 1 al 6, luego de la entrada en vigor del acuerdo. Empezando en el año 7 se reducirán los aranceles en 13 etapas anuales. Arancel 0 a partir de Enero del año 19.
<b>AA</b>	Inmediata	Mercancías originarias que tendrán arancel 0 luego de la entrada en vigor del Acuerdo.
<b>BB</b>	18 años	Mercancías originarias cuya desgravación se hará en 18 etapas anuales iguales. Arancel 0 a partir de Enero del año 18.

**Fuente: Tratado de Libre Comercio**

**Tabla 2.**  
**Categorías de desgravación de los derivados del café**

<b>Producto</b>	<b>Arancel Base</b>	<b>Categoría de Desgravación</b>
Café sin tostar, sin descafeinar	10%	B
Café sin tostar, descafeinado	15%	B
Café tostado, sin descafeinar, en grano	15%	A
Café tostado, sin descafeinar, molido	20%	B
Café tostado, descafeinado	20%	B

**Fuente: Tratado de Libre Comercio**

**Tabla 3.**  
**Categorías de desgravación de frutas.**

<b>Producto</b>	<b>Arancel Base</b>	<b>Categoría de Desgravación</b>
Mango y mangostantes frescos o secos	15%	A
Piñas (ananas), frescas o secas	15%	A
Bananas o plátanos frescos tipo "plantain" (para cocción)	15%	A
Bananas o plátanos frescos tipo "Cavendish valery)	15%	A
Guayabas frescas o secas	15%	A
Uchuvas (uvillas) frescas	15%	A
Papayas frescas	15%	A
Granadilla, "maracuyá" y demás frutas de la pasión frescas	15%	A
Tomate de árbol (lima, tomate y tamarillo), fresco	15%	A
Chirimoya, guanaban y demás anonas (annonn spp.) frescas	15%	A
Pitahayas (cereus spp.) frescas	15%	A

**Fuente: Tratado de Libre Comercio**

**Tabla 4.**  
**Categorías de desgravación de flores.**

<b>Producto</b>	<b>Arancel Base</b>	<b>Categoría de Desgravación</b>
Claveles miniatura frescos, cortados para ramos o adornos	5%	A
Crisantemos frescos, cortados para ramos o adornos	5%	A
Rosas frescas, cortadas para ramos o adornos	5%	A
Gypsophila (lluvia, ilusión) frescas, cortadas para ramos o adornos	5%	A

Las demás flores y capullos frescos, cortados para ramos o adornos	5%	A
Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma	5%	A

Fuente: Tratado de Libre Comercio

Tabla 5.  
Categoría de Desgravación de carnes de bovinos.

Producto	Arance I Base	Categoría de desgravación
Carnes de bovinos en canales o medias canales, fresca o refrigerada	80%	A
Los demás trozos de Carne de bovinos sin deshuesar, fresca o refrigerada – <b>Sólo tipos “Prime and Choice”<sup>2</sup></b>	80%	A
Los demás trozos de Carne de bovinos sin deshuesar, fresca o refrigerada – <b>Calidad Estándar</b>	80%	Categoría A para contingentes específicos, pasado el número de toneladas aplica la categoría V.
Carnes de animales de la especie bovina, deshuesada, fresca y refrigerada - <b>Sólo tipos “Prime and Choice”</b>	80%	A
Carnes de animales de la especie bovina, deshuesada, fresca y refrigerada – <b>Calidad Estándar</b>	80%	Categoría A para contingentes específicos, pasado el número de toneladas aplica la categoría V.
Carne de bovinos en canales o medias canales, congelada	80%	A
Los demás cortes (trozos) de carne de bovinos sin deshuesar, congelada - <b>Sólo tipos “Prime and Choice”</b>	80%	A
Los demás cortes (trozos) de carne de bovinos sin deshuesar, congelada – <b>Calidad Estándar</b>	80%	Categoría A para contingentes específicos, pasado el número de toneladas aplica la categoría V.
Carne de animales de la especie	80%	A

<sup>2</sup> La carne de bovino tipo “Prime and Choice” se encuentra definida en *United States Standards for Grades of Carcass Beef*, promulgada de conformidad con el *Agricultural Marketing Act* de 1996 y sus enmiendas.

<b>bovina, deshuesada, congelada -Sólo tipos "Prime and Choice"</b>		
Carne de animales de la especie bovina, deshuesada, congelada – <b>Calidad Estándar</b>	80%	Categoría A para contingentes específicos, pasado el número de toneladas aplica la categoría V.

**Fuente: Tratado de Libre Comercio**

**Tabla 6.  
Categoría de Desgravación de derivados de la leche**

<b>Producto</b>	<b>Arancel Base</b>	<b>Categoría de Desgravación</b>
Yogur	20%	Categoría A para contingentes específicos, pasado el número de toneladas aplica la categoría D.
Mantequilla (Manteca)	33%	Categoría A para contingentes específicos, pasado el número de toneladas aplica la categoría T.
Queso Fresco (sin madurar) incluido el de lactosuero y requesón	20%	Categoría A para contingentes específicos, pasado el número de toneladas aplica la categoría D.
Queso de cualquier tipo, rallado o en polvo	20%	Categoría A para contingentes específicos, pasado el número de toneladas aplica la categoría D.
Queso fundido, excepto el rallado o en polvo	33%	Categoría A para contingentes específicos, pasado el número de toneladas aplica la categoría D.

**Fuente: Tratado de Libre Comercio**